

Helse- og omsorgsdepartementet

Postboks 8011 Dep
0030 Oslo

Deres ref:

Vår ref: 2012/54860-4

Arkivkode: 008

Dato: 07.09.2012

Høringsuttalelse - Forslag til ny regulering av markedsføring rettet mot barn og unge av usunn mat og drikke

Vi viser til brev av 7. juni 2012 der Barne-, likestillings- og inkluderingsdepartementet og Helse- og omsorgsdepartementet inviterer til høring forslag til ny regulering av markedsføring rettet mot barn og unge av 'usunn' mat og drikke. Høringsfristen er 7. september 2012.

Generelle kommentarer

Bufdir tar ikke stilling til juridiske forhold eller eventuell effekt av endring i forskriften utover hva som er presentert i høringsnotatet.

Bufdir har lest og vurdert de markedsføringsmessige og ernæringsmessige konsekvenser av en eventuell endring i forskriften ut fra direktoratets kjennskap til ungdom, blant annet gjennom deres bruk av nettsiden ung.no, det offentlige informasjonskanal for ungdom.

Det er viktig å påpeke at alle utfordringer ikke løses ved å kontrollere markedsføringen. Vi mener den foreslåtte reguleringen må bli del av en tiltakskjede med stort fokus på kunnskapsøkning og bevisstgjøring av barn, unge og deres foreldre om hva som er sunne matvalg.

Usunne produkter er lett tilgjengelige i og utenfor butikkene åpningstid. De er ofte rimelige alternativer til sunnere mat og lett tilgjengelige i barn og unges hverdagsliv.

Det er viktig å sikre god grunnkunnskap om ernæring, matens funksjon for kroppen og sunn livsstil, inkludert fysisk aktivitet. Erfaring fra arbeid med ung.no viser at mange unge mangler kunnskap om sunn mat og kosthold og at problemstillinger knyttet til livsstil ofte strekker seg langt utover mat og kosthold. Det må legges vekt på kunnskapsformidling på alle arenaer der barn, unge og foreldre lett kan nås. Næringsmiddelbransjen bør ta et delansvar her.

Det er viktig å sikre god, kvalitetssikret og tilgjengelig informasjon om kosthold, ernæring og sunt/usunn livsstil og kosthold. Nettbaserte tjenester er viktige kanaler å benytte systematisk for god kunnskapsformidling og holdningsendring. Nettbaserte informasjonskanaler som ung.no, med

kvalitetssikret informasjon, er viktige arenaer for informasjon.

Hylleplassering av produktene og emballasje er ikke tatt opp t i høringsnotatet og forslaget til forskrift. Dette er viktige elementer knyttet til eksponering av produkter i butikk. Ut fra målsettingen med forskriften, å redusere markedsføringspresset for usunn mat og drikke, burde denne delen av markedsføringen vært behandlet.

Bufdirs anbefalinger

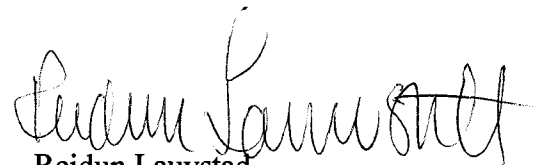
1. Bufdir er i det vesentlige enig i forslaget om ny regulering av markedsføring rettet mot barn og unge av usunn mat og drikke.
2. Bufdir mener reguleringen må bli del av en tiltakskjede med fokus på kunnskapsøkning og bevisstgjøring av barn, unge og deres foreldre om hva som er sunne matvalg og om hvordan man lever sunt.
3. Bufdir mener at en regulering av markedsføringen bør kombineres med informasjon rettet mot barn og ungdom om ernæring, matens funksjon for kroppen og sunn livsstil, inkludert fysisk aktivitet. Erfaring fra arbeid med ung.no viser at mange unge mangler kunnskap om sunn mat og kosthold og at problemstillinger knyttet til livsstil ofte strekker seg langt utover mat og kosthold. Kunnskapsformidling om sunn mat - livsstilsvalg må legges frem på alle arenaer der barn, unge og foreldre lett kan nås. I et slikt informasjonsarbeid kan det være hensiktsmessig å benytte nettsider som fra før av mye besøkt av barn og ungdom, som ung.no.

Bufdir mener at hylleplassering av produkter og emballasje er en viktig del av markedsføring av usunn mat og drikke overfor barn og unge. Vi mener derfor at også regulering av denne delen av markedsføringen burde vært dekket i forslaget til forskrift.

Med hilsen



Wenche Mobråten
Avdelingsdirektør



Reidun Lauvstad
Fungerende Seksjonssjef